

当旅行遇上“求知欲”，“知识型体验”走红

在重庆市渝中区解放碑商圈的一家咖啡培训教室里，空气里弥漫着浓郁的咖啡香，磨豆机的声音此起彼伏。来自全国各地的学员们正围在操作台前，全神贯注地练习拉花，一杯咖啡的制作过程，被拆解为可体验、可理解的学习内容。

“我本来就对咖啡着迷，来学习后，我感觉自己不只是会喝，更懂得欣赏它背后的门道了。”19岁的学员马良博一说。

重庆拥有咖啡认证的专业培训机构，不少游客会专程来这里进行短期体验。该咖啡培训教室负责人郑欣乐说：“我们原来的培训仅针对专业咖啡师，但为了满足大量旅行者和爱好者的需求，我们在2025年专门推出了两三个小时的爱好者课程，并为他们颁发爱好者证书。仅一年时间，获得爱好者证书的学员就有近千人。”

这样的咖啡技艺体验之旅并非个例。如今，逛景点、拍照片、买特产的“标配”旅行正在改变，一种以兴趣为核心、追求亲手参与和知识获得的“知识型体验”快速走红。

走进重庆市荣昌区一家弥漫着泥土清香的陶艺工坊，9岁的四川游客杨翰林屏住呼吸，一双小手正小心翼翼地包裹着拉坯机上旋转的陶泥。“稳住，感受它。”工坊老师轻声指导。泥坯在杨翰林手中缓缓升起，又调皮地歪向一边。

杨翰林和妈妈、姐姐特地从四川泸州来到重庆，目标很明确——亲手做一件荣昌陶。“我在学校玩过陶泥，可太有意思了。”杨翰林说，“今天我想做个茶壶。虽然没成功，但我下次一定能做出更好的！”



重庆市荣昌区一家陶艺工坊里，游客在体验荣昌陶制作。 吴燕霞/摄

这股渴望“学点什么”的风潮，席卷了全国各地。在湖南省怀化市的五溪非遗园，游客们会花费数小时坐在侗族织娘身边，学习古老的织锦技艺；在山东日照，来自英国的大学生们兴致勃勃地操练起中国武术的一招一式……旅行中最难忘的纪念品，不再只是工厂批量生产的钥匙扣、冰箱贴，而是一项亲手习得的新技能或一段深入城市肌理的“文化体验”。

荣昌区山屿堂陶艺工坊的店主黄霞

感触颇深：“现在旅游，游客想体验的不仅是吃喝玩乐。来体验陶艺，很多客人会因此爱上它，慢慢培养出新的技能和爱好。”

严肃的文博空间也加入了这股浪潮，在重庆市文物考古研究院内的枇杷山宝库，参观的边界被彻底打破。在这里，游客可以走进模拟的考古探方现场，手持手铲和刷子，像考古工作者一样清理泥土，提取埋在土里的文物复制品。在文物修复体验区，人们能亲手尝试拼接仿制的陶瓷碎片，用特制胶水修复陶瓷。

“我们周末的探方发掘、文物修复体验活动非常火爆。”枇杷山宝库讲解员陆定莉说，“很多外地来重庆旅行的家庭都会专门预约，希望孩子们能在动手的过程中，直观地学习感受考古发掘的过程。”

从陶艺到咖啡，再到模拟考古，这些看似不同的体验，共同勾勒出一幅消费市场的新图景。2024年，国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》明确提出，通过创新服务消费场景，完善文化、旅游、教育等领域服务供给，培育服务消费新的增长点。

今年前2个月，我国服务零售额同比增长5.6%，明显快于商品零售增速。其中，旅游咨询租赁服务类、文体休闲服务类零售额均保持10%以上较快增长。消费者，尤其是年轻一代，正将更



游客在重庆市文物考古研究院枇杷山宝库体验考古探方。（受访者供图）

多的预算投向能带来精神满足和技能增长的体验服务消费。

“居民对于消费需求的偏好出现了深刻转换，逐渐从物质消费转向体验消费。”重庆大学公共经济系主任、教授龙少波认为，“传统文旅产业高度标准化的产品已难以满足需求，而‘知识型体验’则要求供给端围绕用户的参与来设计内容，这恰恰契合了当下人们对于生活厚度和精神丰盈的追求。”

龙少波指出，这股浪潮不仅为文旅市场注入了新活力，更让传统非遗、文博知识从静态的“展品”转化为可触摸、可参与、可带走的“活态”体验，开辟了文化遗产与市场价值相结合的新路径。

（据新华社 记者/李晓婷、吴燕霞、杨仕彦）

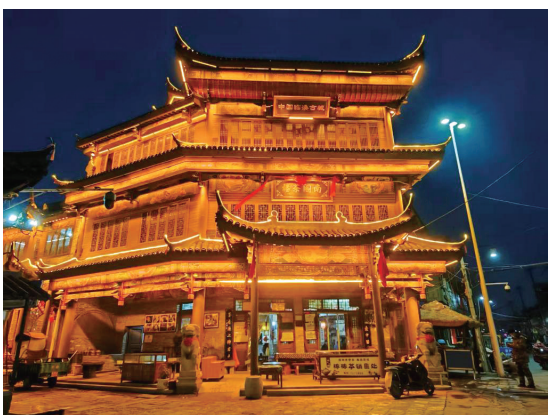
下沉市场看消费：“非遗+”扮靓县域消费“新面孔”

春日的临涣古镇，青砖灰瓦间茶香弥漫。临街茶馆内，游客围坐在四方桌前，品着茶，听着淮北大鼓，千年乡土文化气息裹着松弛感，让时光慢下来。

“一壶茶、一盘瓜子、一首戏曲，游客就是冲着咱们古镇人的生活来的。”怡心茶楼老板张秀侠笑着说，眼下，小镇上已有20多家茶馆，每日茶客数千人。

在安徽省淮北市濉溪县，饮茶习俗已传承600余年。2017年，“临涣茶饮习俗”被列入安徽省第五批省级非物质文化遗产代表性项目名录。

“棒棒茶、马蹄烧饼、口子酒，这些地方特色



夜色下的临涣古镇。

新华社发

“非遗”美食，成了县域消费的亮眼招牌。”濉溪县文化旅游体育局相关负责人袁月说，今年以来，凭借融合茶文化体验、“非遗”年货展、“非遗”民俗表演等多种多样的活动，当地已吸引游客60万余人次，带动商户增收200余万元。

一项项扎根乡土、历史悠久的非物质文化遗产，正在化作可体验、可打卡、可购买的“新面孔”，为县域消费注入一股强劲动力。

夜色漫进安徽省黄山市宏村，青石板路被灯火慢慢照亮。兔子灯、莲花灯、萝卜灯……各种手工扎制的灯盏随着游客在巷道里缓缓游走，粉墙黛瓦衬着暖黄灯光，仿佛穿越回了古徽州。

黟县宏村“闹灯会”是黄山市市级非物质文化遗产代表性项目，流传于黟县宏村、西递等世界文化遗产名录古村落。

“‘闹灯会’仪式感强、参与度高，融合花灯制作，非常适合游客沉浸式参与。”黟县徽黄旅游发展（集团）有限公司相关负责人汪丽芸说，“闹灯会”项目开放以来，累计接待游客参与体验50余万人次，实现相关收入100万元以上。

今年春节、春假及清明节假期，“闹灯会”在宏村、西递两大景区累计开展30余场花灯绘制及相关活动，带动餐饮、民宿、伴手礼等业态全面升温。

从茶香氤氲到灯影流转，从吸引游客到促进增收，如今，广袤乡野间“非遗”老技艺有了新表达，传统乡村游也有了新内涵。



西递“闹灯会”花灯巡演活动现场。新华社发

在受访从业者看来，“非遗+”属于高附加值文化体验消费，受众更广泛，既能吸引亲子、研学、青年等多元客群，又能满足深度文化体验需求。

“‘非遗’项目可以常态化、场景化开展，不受淡季明显限制，还能持续开发各种衍生产品，衣食住行都可以融入‘非遗’元素，弥补了以往县域消费依赖吃住门票、缺乏鲜明标签、产品转化能力不足等短板。”汪丽芸说。

相关数据显示，预计到2027年，安徽省“非遗”特色产业规模将达500亿元，产业链延伸带动就业将超200万人，“非遗”的创造性转化、创新性发展的活力将进一步凸显。

（据新华社 记者/马姝瑞、王菲、水金辰）